

Sistema de Casos para el desarrollo de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2011-2012.

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente se ha pensado que son los estudiantes y profesionales de las ciencias económicas y administrativas quienes deben liderar los procesos de creación de empresas. La realidad ha demostrado que un elevado porcentaje de empresarios tienen formación en otras áreas del conocimiento, e inclusive muchos de ellos nunca han asistido a una universidad.

En el campo académico, la gran mayoría de las universidades en Latinoamérica se ha dedicado a la enseñanza de la parte técnica de cada profesión y ha dejado de lado una inmensa gama de opciones adicionales que podría permitir al estudiante desarrollar otras competencias, ser menos “cuadriculado” y un poco menos lógico y racional, para proyectarse como un ser soñador y rebelde, capaz de ver varias opciones para detectar, solucionar y responder ante los múltiples retos y problemas que se presentan en la vida diaria.

Las investigaciones han demostrado que todas las personas tenemos cualidades creativas, pero lastimosamente dichos estudios también han confirmado que esas cualidades permanecen inertes durante la mayor parte de la vida de muchos de nosotros.

Gran cantidad de textos sobre Creatividad se centran en el desarrollo de una temática enfocada a tratar este tema desde una perspectiva teórica, lo que a menudo no es una herramienta útil para desarrollar la Creatividad en las empresas. Por su parte, muchos docentes y facilitadores de asignaturas y créditos de Creatividad Empresarial carecen

propiamente de Creatividad. Adicionalmente, los procesos pedagógicos para la enseñanza de la Creatividad Empresarial en muchas universidades latinoamericanas han sido guiados por docentes con escaso conocimiento del tema y generalmente poca o nula experiencia en procesos de creación y diseño de nuevos productos y servicios o solución de problemas al interior de las organizaciones

Los países de América Latina han experimentado cambios significativos en las dos últimas décadas del Siglo XX, con la revolución cibernética, los avances tecnológicos, la globalización de los mercados sin restricciones ni fronteras etc. Que han provocado un cambio radical en nuestra sociedad; en las necesidades de las personas, costumbres, comportamientos, modas, etc. es decir estamos viviendo el tercer milenio, pero sin embargo los paradigmas que nos rigen son del siglo pasado. Entendiéndose por paradigmas como modelos a seguir, socialmente aceptados.

Tratando de explicar lo anterior podemos decir por ejemplo, que los avances tecnológicos han propiciado que la máquina en las grandes empresas remplace a la mano de obra, produciéndose desocupación, y otros problemas sociales que este provoca. Combatir esta realidad implica respuestas en el campo, social, político, educativo, etc. creándose nuevos modelos o paradigmas que permitan revertir estos problemas, uno de estos modelos es el educativo, los colegios deben formar estudiantes preparados, para trabajar en empresas pero prioritariamente para formar empresas, especialmente micro y pequeñas empresas, que son las que más generan trabajo.

Este paradigma educativo se sustenta en una nueva forma de pensar y de concebir una realidad, diferente al paradigma pasado, en que al alumno se le mentalizaba en estudiar para ingresar a la universidad, tener su título para conseguir un trabajo, y si no lo lograba, ir al extranjero a buscar trabajo; esta forma de pensar es la cultura de la dependencia. El nuevo paradigma educativo debe formar al alumno con una cultura de la independencia, o Cultura Empresarial, prepararlo integralmente, para ser un emprendedor y empresario creando su propio trabajo, para su familia y los demás, aprovechando las oportunidades y los inmensos recursos que tiene nuestra patria.

Cultura Empresarial, es el conjunto de habilidades, conocimientos, comportamientos, concepciones, valores, enmarcados dentro del paradigma educativo de la independencia,

que busca formar una persona emprendedora, capaz de generar riqueza y desarrollo social, empezando por crear empresas hasta la formación de cadenas y clusters productivos, aprovechando las oportunidades, recursos y posibilidades que tenemos.

Ser exitoso, es el anhelo de toda persona emprendedora, camino a la felicidad y fin de la persona humana. Camino que por derecho natural nos corresponde a todos, y no todos podemos lograrlo, existen muchas condiciones, innatas y adquiridas, que nos harán más competitivos unos que otros, y abran retos, obstáculos y oportunidades que nos permitirán demostrar nuestra valía y poco a poco ser aceptados valorados y escogidos entre los demás. Estas condiciones o competencias serán motivo de nuestro estudio inicial, que esperamos sean estudiadas, entendidas, y aplicadas en su vida personal y con su entorno. por que el hombre es una animal social por naturaleza y ser exitoso implica un desarrollo personal y ser aceptados por su entorno.

I. SECCION PRINCIPAL

1.0 MARCO TEÓRICO

1.1 Evolución de la Sistematización de Contenidos en el proceso formación profesional de la carrera de economía en relación con la creatividad empresarial de los estudiantes en la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

La estrategia para alcanzar la creatividad empresarial de los estudiantes universitarios ha ido evolucionando desde 1962 hasta la actualidad y se identifican por tres grupos de tendencias:

- El primer grupo de autores considera la estrategia como respuesta a la necesidad de una herramienta de dirección que facilite la adaptación de la organización a un entorno turbulento y que garantice la proactividad para evitar ser sorprendida por los cambios constantes.
- Un segundo grupo evidencia la influencia que había tenido el éxito de la dirección por objetivos desde 1954 y argumenta la estrategia como vía para lograr el cumplimiento de metas organizacionales.

- El tercer grupo incluye las definiciones que centran la atención en el término competencia. Esta tendencia se acentúa en la década del 90 del siglo XX. Los conceptos de este grupo se refieren a la rivalidad, combate o necesidad de derrotar a oponentes en el campo de batalla.

Las estrategias son los sistemas que han sido desarrollados para lograr el éxito empresarial de los estudiantes en cada etapa de su vida.

Como aspecto negativo se le critica la sobrevaloración del factor competencia, la violencia, así como que subestiman los valores. El auge de esta tendencia se corresponde con el del neoliberalismo en el mundo, protagonizado por la hegemonía de Estados Unidos.

Porter es el principal impulsor del concepto de estrategia como respuesta a las oportunidades y amenazas externas y a las fortalezas y debilidades internas, para alcanzar una ventaja competitiva sostenible. Para él, la estrategia es la forma de relacionar la empresa con su medio ambiente y que comprende una acción ofensiva o defensiva para crear una posición defendible frente a las fuerzas competitivas en el sector industrial en que está presente, y obtener así un rendimiento superior sobre la inversión de la empresa.

El surgimiento de este nuevo enfoque de gestión se produce a raíz de un grupo de cambios ocurridos en la década de los años 60 en la dirección de la empresa, entre los que se relacionan el cambio estructural y la dinamicidad del entorno propio de los países industrializados, lo que justifica la necesidad de una respuesta sistemática, o sistema de dirección para enfrentarse a las condiciones cambiantes del entorno. En consecuencia surge el paradigma de la estrategia empresarial como una forma de dirigir el crecimiento o de hacer frente a la complejidad derivada de la nueva demanda.

El elemento diferenciador que justifica el nacimiento del enfoque estratégico fue posiblemente la forma de pensar del sistema de dirección: global respecto al entorno y corporativo en relación con la organización, pensamiento coincidente con el enfoque sistemático que en aquellos años estaba influyendo en la ciencia de la empresa.

Con motivo de la crisis industrial de finales de los años setenta, el enfoque estratégico experimentó una fuerte revisión metodológica. Es por esa época que se pasa del sistema

conocido por Planificación estratégica al actual de Dirección estratégica. El primero partía de un análisis de “impulsos” estructurados a largo plazo y que requería varios períodos económicos para llevarse a la práctica. Representaba un sistema estructurado, que enfatizaba en la formulación de la estrategia. En cambio, la dirección estratégica se configura como un sistema, en el que tan importante como la formulación es la implantación de la estrategia. En consecuencia, el nuevo sistema de dirección representa un proceso menos estructurado, de naturaleza flexible y oportunista, por lo tanto, más creativo.

El soporte conceptual de la dirección estratégica parte de las siguientes consideraciones:

- La complejidad, diversidad, dinamicidad y ambigüedad del entorno, creador de unos retos nuevos para la dirección de la empresa.
- La propia complejidad interna de la organización, que se acrecienta por su interrelación con las amenazas y oportunidades del entorno, lo que lleva a una exigencia de flexibilidad y de creatividad en el proceso directivo.
- La mayor necesidad de servicios directivos en cada una de las fases o funciones del proceso, requiriéndose de una integración total, horizontal y vertical, entre los elementos de la organización.
- La necesidad de una capacidad de respuesta rápida, para evitar mayores costes e impactos negativos, dada la velocidad de los cambios, que pueden incrementar la aparición de sorpresas estratégicas no deseadas.

La dirección estratégica se basa en la actitud estratégica, que implica una actitud extrovertida, voluntarista, anticipadora, crítica y abierta al cambio, (Menguzzato y Renau, 1995) y que centra la preocupación de los directivos, no solo en la eficiencia, sino también en la eficacia. Es un intento de mejorar la dirección y la gestión de una organización, mediante el uso de la estrategia para guiar sus acciones pero con la integración de las opciones de preparación y asignación de recursos. Es un proceso iterativo y holístico de formulación, implantación, ejecución y control de un conjunto de maniobras, que garantiza una interacción proactiva de la organización con su entorno, para coadyuvar a la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de su objeto social.

En una primera etapa, la formulación de la estrategia merecía toda la atención, y se suponía que una estrategia bien formulada debería, necesariamente, ser correctamente

ejecutada, cuestión está muy alejada de la realidad. La implementación de la estrategia, desde el momento que debe aplicarse por las personas que forman parte de la organización, exige la consideración de las actitudes, intereses, expectativas, etc. de estas, porque cualquier modificación derivada de la implementación de la estrategia en alguno o algunos de estos elementos, puede provocar un rechazo que puede dar al traste con la estrategia elegida. En consecuencia, la implementación pasa a tener una importancia semejante a la de la formulación, por cuanto se ha demostrado que una estrategia bien diseñada y correctamente seleccionada puede ser mal implementada.

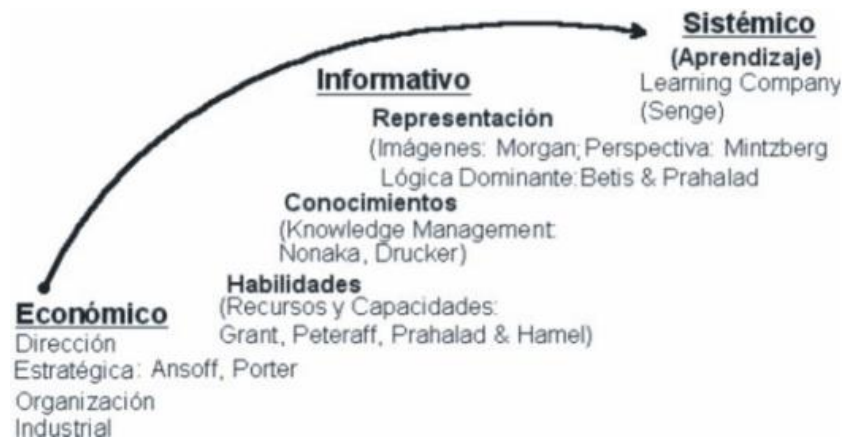
En su inicio, a mediados de los años 60 y hasta finales de la década de los 70, el pensamiento estratégico se centró en la descripción de los elementos y de los procesos estratégicos desde la perspectiva de la dirección empresarial. El enfoque se situó en el interior de la empresa y se orientó hacia el entorno. La investigación que se desarrolló en ese entonces puede denominarse como una aproximación de proceso a la estrategia, y en ella se destacan los trabajos de Chandler, Quinn y Mintzberg, publicados entre 1962 y 1980.

En los años 80, el foco se trasladó hacia el exterior como consecuencia de una inspiración con más raíz económica e industrial y menos teoría organizacional. Fue el momento de máximo apogeo de las propuestas de Porter (1980, 1985) para quien el problema fundamental era si las características estructurales de la industria constreñían las estrategias de competición de las empresas. Cuestiones como la concentración de la industria, las barreras de entrada o la economía de escala, entre otras, fueron los principales tópicos de investigación

Un análisis detallado de este tema fue realizado por Grandío (1996,1997) quien planteó que la dirección de empresas trascendía rápidamente del paradigma económico (inspirado en la economía industrial), predominante en la década de los 80, cuya traducción directiva se denominó Dirección estratégica para introducirse en lo que él llamaba el paradigma informativo, el cual, en orden creciente de complejidad, podría subdividirse en tres "subparadigmas": el de habilidades (skills), el del conocimiento y el de representaciones.

El autor consideró que incluso este paradigma informativo estaba seriamente retado por uno inmediatamente superior a él: el sistémico o de aprendizaje, cuyo enfoque más

desarrollado podría encontrarse en la organización inteligente (Learning Organization) de Senge, 1990 .

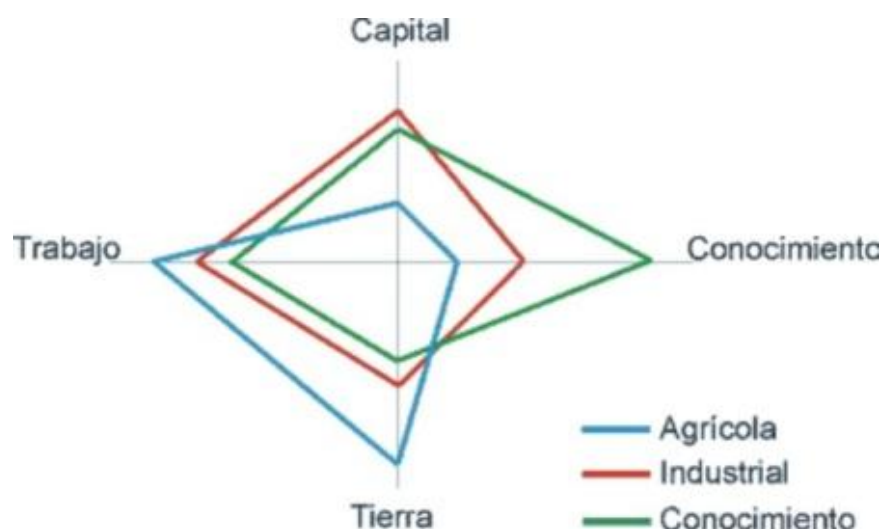


En la década de los años 90, el péndulo volvió a oscilar y se orientó hacia los elementos internos. Se desarrolló la teoría basada en los recursos y capacidades, que suponía un giro de 180 grados, al postular que los recursos y capacidades internos eran los principales determinantes de la ventaja competitiva de las organizaciones. En este cambio de enfoque, tuvo importancia especial la influencia de las ciencias de la conducta, sobre todo de la Psicología del trabajo y de las organizaciones. La teoría de los recursos y capacidades mantuvo la preocupación por los determinantes de la ventaja competitiva, pero cambió el foco de la estructura industrial, estrategia de grupos y dinámicas de la competencia, hacia una constelación particular de recursos y capacidades desarrollados por la empresa.

La confluencia del desarrollo de las telecomunicaciones y de las tecnologías de la información que se comenzó a producir a partir de los años 80 del siglo XX marcó el nacimiento de un nuevo tiempo, donde la innovación y el conocimiento constituyeron los máximos exponentes de la generación de riqueza.

Para Savage (1991), estos cambios en el entorno económico podían describirse de forma sintética mediante el análisis de la importancia relativa de los factores de creación de riqueza en los diferentes tipos de economía, lo que revelaba la diferencia de la nueva economía, en la que el factor esencial era el conocimiento, frente a las economías

agrícola o industrial en las que los factores fundamentales eran la tierra, el trabajo o el capital.



Se puede afirmar entonces que nos encontramos en un nuevo marco económico, sociedad posindustrial (Lowendhal y Revang; 1998), era de la información (Pettigrew y Fenton, 2000) o economía “basada en el conocimiento”, en las palabras de Venkatraman y Subramaniam (2002), en la que el conocimiento aparece como el elemento más importante en el crecimiento y la generación de ventajas competitivas sostenibles en las organizaciones.

Es característica de esta nueva sociedad la ocurrencia de una serie de cambios económicos, sociales, laborales y estructurales que impactan en la gestión de las organizaciones, entre los cuales se destacan los siguientes:

- El entorno de la nueva economía se caracteriza por cambios rápidos, profundos, complejos, discontinuos y altamente impredecibles.
- Disminución del tiempo de vida de los productos y servicios, por lo que las ventajas competitivas son transitorias. Al mismo tiempo, aumenta la complejidad de productos y servicios y de los procesos implicados en su generación.
- Liberalización y globalización de los mercados ligado a un aumento de la competencia. En este mercado globalizado, dinámico y diverso, se reduce el valor económico y estratégico de la cuota de mercado.

- La valoración de las empresas ha cambiado, depende menos de los elementos fijos y más de sus conocimientos de gestión y la rapidez con que se adaptan a los cambios.
- Fortalecimiento de los regímenes de propiedad intelectual.
- Cambios en la composición y características de la fuerza laboral y en los puestos de trabajo: se demandan nuevos conocimientos y habilidades de los empleados.
- Tendencia a organizaciones de menor tamaño, con menos empleados.
- El ritmo de generación de nuevos conocimientos es exponencial y, al mismo tiempo, el conocimiento caduca de forma rápida.
- Un gran desarrollo tecnológico, especialmente de la tecnología de la información, acompañado de lo que Boisot (1998) denomina optimismo tecnológico.
- Ramificaciones de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Con los actuales sistemas de información se puede conseguir coordinar de forma más eficaz la gestión estratégica y operativa de la empresa, lo que facilita, además, el establecimiento de alianzas con proveedores o con clientes que se encuentran geográficamente dispersos.
- Las empresas operan en red y el entorno donde se mueven puede ser considerado hipercompetitivo, digital y virtual.

Frente a un contexto económico y social de estas características, las formas tradicionales de gestionar se revelan insuficientes e insatisfactorias, se exige un incremento de la complejidad de las estrategias; así como la incorporación del conocimiento y la innovación como elementos de competitividad.

Resulta pertinente entonces diferenciar entre datos, información y conocimiento para entender el significado que se les otorga y el encadenamiento por agregación sucesiva existente entre ellos. El conocimiento se deriva de la información, y la información se deriva de los datos. Así se conforma una pirámide del conocimiento.



Esta pirámide nos permite saber en qué grado del conocimiento se encuentran nuestros estudiantes y como no seguirla aplicando en la actualidad, todas estas herramientas son validas para mejorar la capacidad empresarial de los estudiantes.

Finalmente, el concepto de conocimiento engloba el de información, contextualizada y agrupada bajo una comprensión sobre cómo utilizarla. Para que la información se convierta en conocimiento se precisa la intervención de una serie de experiencias, creencias y competencias.

El conocimiento es un concepto más amplio que la información; el conocimiento es información en acción. Estas organizaciones están inundadas de información; pero mientras los empleados no la aprovechen, no se trata de conocimiento. Nunca se puede tener demasiados conocimientos, pero sí puede haber demasiada información. A partir de este razonamiento, plantea que es evidente que en los últimos 50 años del siglo XX, se produjo un claro proceso de cambio que creó la nueva realidad que caracteriza la economía del conocimiento actual.



Es frecuente que los programas estén fragmentados. Puede ser que no se vinculen con la estrategia de la organización, ni con la consecución de resultados financieros y económicos concretos. Los avances espectaculares en la actuación exigen un cambio importante, y eso incluye realizar cambios en los sistemas de medición y gestión utilizados por la organización. El tránsito hacia un futuro más competitivo, más tecnológico y más regido por la aptitud y capacidad, no puede conseguirse si la organización se limita a observar y controlar los indicadores financieros de la actuación pasada. En palabras de David Norton, “los datos financieros miden lo que se ha hecho en el pasado, y tenerlos como único referente a la hora de ver cómo va una empresa es igual que dirigir un barco mirando hacia la parte de atrás”.

Actualmente, se observa una creciente preocupación en las organizaciones ante la necesidad de definir estrategias más acordes con un entorno dinámico y altamente competitivo, pero el problema no solo se centra en saber definir esa estrategia diferenciada, coherente con la evolución del mercado, la cultura de la empresa y las características de esta, sino que radica también en la necesidad de efectuar su implementación, factor que no depende solo de la alta dirección.

Para Grandío (1996), el término dirección hace más referencia al aspecto dinámico de la organización, al modo de movilizar, coordinar (e improvisar en las circunstancias no previstas) los diferentes tipos de elementos (recursos) con vista a la consecución de los objetivos que se estimen convenientes, incluyendo la periódica o puntual revisión de la organización para este cometido. De modo que el sistema de dirección intenta armonizar la organización informal (cultura) con la formal (estructura u organización formal), lo cual se consigue con la doble vertiente que, se supone, debe poseer un buen director: la autoridad (en virtud del puesto que ocupa en el organigrama formal de la empresa) y el liderazgo, relacionado con su capacidad de influencia informal ligados a la cultura. En cambio, la gestión no es más que una dirección a corto plazo, mientras que administración es un término que engloba a todos y recoge toda la constelación de aspectos y disciplinas ligadas a la organización en una visión única.



Edvinsson y Malone (1997), dividen los conocimientos comerciales en individuales, organizacionales y estructurales. Los conocimientos individuales únicamente se encuentran en la mente de los empleados. Los conocimientos organizacionales son aquellos que se aprenden a nivel de grupo o división. Los conocimientos estructurales se incorporan en los “bloques” de la organización, mediante procesos, manuales y códigos de conducta. En todos esos “estados”, los conocimientos pueden ser tácitos o explícitos.

El proceso de creación de conocimiento organizacional es dinámico e interactivo y acontece en las dos dimensiones (epistemológica y ontológica). Es por medio de la interacción dinámica entre conocimiento tácito y conocimiento explícito como la creación de conocimiento acontece. Para que el conocimiento tácito pueda transmitirse y compartirse en el seno de la organización, debe convertirse en números o en palabras; en definitiva, en conocimiento explícito para que todos los miembros puedan entenderlo. Y es precisamente en el momento en el que esta conversión acontece cuando se crea el conocimiento organizacional.

La interacción entre conocimiento tácito y conocimiento explícito es denominada como conversión del conocimiento. De las posibles combinaciones de interacción, Nonaka establece cuatro formas de conversión del conocimiento:

- La socialización: De tácito a tácito.
- La exteriorización: De tácito a explícito.
- La asociación: De explícito a explícito.

- La interiorización: De explícito a tácito.

La socialización es un proceso de creación de conocimiento tácito. Este proceso implica participar de los conocimientos tácitos de cada individuo y se desarrolla al compartir modelos mentales, aptitudes y habilidades; es decir, mediante la interrelación/interacción.

La exteriorización es un proceso mediante el cual el conocimiento tácito es articulado en conceptos explícitos. Así, el conocimiento tácito viene expresado y traducido de forma que pueda entenderse por lo demás. Este proceso se desarrolla mediante el diálogo y la reflexión conjunta. La exteriorización crea nuevos conceptos explícitos. De los cuatro modos de conversión del conocimiento, la exteriorización es la llave para la creación de conocimiento porque genera conceptos nuevos y explícitos que emanan del conocimiento tácito.

La asociación es un proceso de sistematización de conocimiento explícito. En definitiva, supone la transformación de conocimiento explícito en formas más complejas de este mismo tipo de conocimiento. Este proceso se desarrolla mediante la reconfiguración del conocimiento explícito existente, sea este de nueva creación o no. Más concretamente, esta reconfiguración puede realizarse actuando de diversos modos sobre el conocimiento explícito: clasificándolo, adhiriéndolo, combinándolo y categorizándolo. La asociación es la sistematización de un nuevo conocimiento dentro de un cuerpo más amplio de este.

La interiorización es un proceso de materialización de conocimiento explícito en conocimiento tácito. Supone la conversión del recién creado conocimiento explícito en un conocimiento tácito de cada individuo. El aprendizaje experimental o aprender practicando y ejercitándose son las prácticas que permiten que este modo de conversión se materialice. Mediante la interiorización, el nuevo conocimiento generado se consolida en los elementos cognitivos y técnicos que cada individuo posee. Cuando los cuatro modos de conversión del conocimiento interactúan entre sí surge una espiral de creación de conocimiento en la dimensión epistemológica.



Yo considero fundamental para el desarrollo de la capacidad empresarial que los alumnos de la carrera de Economía de la asignatura de Planificación y programación Económica la espiral de la creación del conocimiento ya que esto los fortalecerá para que se defiendan en esta sociedad tan competitiva y donde se necesitan personas con gran formación profesional, y para ello necesitan seguir el siguiente proceso: La socialización: De tácito a tácito; La exteriorización: De tácito a explícito; La asociación: De explícito a explícito; La interiorización: De explícito a tácito.

Bueno y sus colaboradores (2001) plantean que en el siglo XXI el conocimiento ha llegado a ser el principal recurso estratégico en la nueva sociedad, y que este, luego de ser sometido a una serie de procesos transformativos (socialización, externalización, combinación e internalización) que permiten la generación de un nuevo conocimiento, facilita la creación de unas competencias esenciales que son la base para que las ventajas competitivas sean sostenibles en el tiempo.

Sin embargo, no es el conocimiento en sí el que se ha erigido de golpe en el factor diferenciador de la competitividad de las empresas, sino la circulación de este, la capacidad de los sistemas para generalizar su acceso hasta límites casi universales unida a la capacidad de las organizaciones para identificarlo, valorarlo y sistematizarlo, de modo que se convierta en elemento de diferenciación y ventaja.

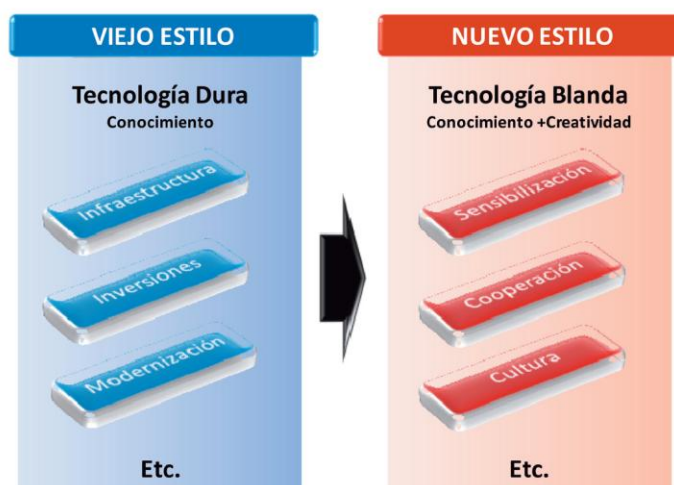
Se pueden enumerar algunos parámetros o rasgos comunes que definen al capital intelectual, el cual está formado por activos intangibles. Estos son los siguientes:

- Son propiedad de la empresa u organización.
- Poseen la capacidad de generar riqueza para la empresa.
- “Contienen” el conocimiento existente en esta.

Yo considero que la evolución de la capacidad empresarial ha tenido grandes avances, desgraciadamente la juventud actual no tiene muchas oportunidades de demostrar su capacidad por falta de empleo o muchas veces porque tomaron el camino equivocado el momento de escoger la carrera universitaria y así muchos otros factores que influyen en que el estudiante no desarrolle su capacidad empresarial.

Con el cambio en el modelo competitivo, las Administraciones Públicas se han visto obligadas a adecuar sus políticas de apoyo hacia actuaciones dirigidas a promocionar los aspectos intangibles relacionados con la innovación. Dentro de ella, la creatividad aparece como elemento clave.

Evolución de la política de promoción de la competitividad empresarial



Fuente: IMADE

La cultura creativa tiene que ver con los valores propios de una sociedad. Por ello, su promoción pasa por identificar las áreas de la política a través de las cuales la

Administración puede influir en ella, que en la mayoría de los casos superan el ámbito estrictamente económico.

En este sentido, la educación es quizás uno de los ámbitos más relevantes ya que permite actuar sobre los valores y sobre la cultura. Unos valores que deben ir enfocados hacia la mejora continua y la superación, la inquietud intelectual y la búsqueda constante de soluciones a los problemas.

Desde la política, la promoción de la cultura emprendedora es un área relativamente extendida. El trabajo que en este campo se está desarrollando desde las universidades (o desde la propia Administración con emprendedores de corte más general), ha estado tradicionalmente vinculado a los mecanismos que impulsaban la capacidad creativa de éstos para afrontar los problemas relativos al lanzamiento y funcionamiento inicial de la nueva actividad empresarial.

En definitiva, medidas orientadas a la sensibilización (desde jornadas, seminarios, actividades de divulgación etc., hasta programas específicos de reforma educativa) que pueden ir modificando significativamente con el paso del tiempo la cultura y los valores de la sociedad para transformarla en una más creativa e innovadora. Una sociedad con personas que funcionan creativamente, que innovan como forma de vida.

El entorno está jugando un papel cada vez más importante en la competitividad, en la innovación y sobre todo en la creatividad. Un entorno favorable a la creatividad de las personas es aquel donde sus experiencias se maximizan, tomando contacto con realidades diferentes, es decir, un entorno multicultural, abierto a la diversidad. Por otro lado, para garantizar el desarrollo profesional y un buen nivel de vida, es preciso contar con una economía estable, en crecimiento y dinámica.

Con esto en mente, las Administraciones han comenzado a identificar y actuar sobre todos estos elementos del entorno, y de nuevo, las políticas no siempre descansan en el área específica de la innovación, ni siquiera en el de la promoción económica. Son, sin embargo, políticas de atracción de talento, de desarrollo territorial sostenible, de innovación e I+D, de promoción de los activos culturales y naturales, etc.

La empresa, o en otras palabras, el entorno de trabajo, es otro elemento diferencial en el desarrollo y puesta en práctica de las capacidades creativas de las personas. La

creatividad en el trabajo se transforma en valor, valor que beneficia a la empresa pero también a la sociedad.

Se han mencionado ya algunos de los elementos que en las organizaciones contribuyen a generar y poner en práctica la capacidad creativa de los trabajadores. Las estructuras jerárquicas flexibles (que ofrecen mayor libertad para la aparición de ideas fuera de la caja), el establecimiento de redes de información y de trabajo conjunto (que permiten poner en común experiencias diferentes), canales de comunicación fluidos (que permiten la transferencia de comunicación rápida y continua), una dirección implicada con la mejora y la innovación (que impulsa a los empleados a implicarse con el trabajo y a ver la utilidad y la aportación de sus tareas para el resultado conjunto) y unos sistemas de gestión de ideas y de conocimiento formales (que permitan asegurar la transformación de las ideas más importantes en productos para el mercado) son las claves para hacer de una empresa un entorno creativo.

La Administración debe tener en cuenta en sus programas y acciones específicas, aquellas con un enfoque micro de empresa individual, todos estos aspectos, asegurando que en las que ya se dan continúen, y en las que no se observan, fomentar su aparición mediante asesoramiento, ayudas u otro tipo de apoyo.

Como se ha mencionado anteriormente, la actuación en estos tres campos es actualmente el centro del debate de las políticas de innovación, industriales y, con carácter general, de la promoción económica en su conjunto. Sin embargo deben ir añadiéndose progresivamente más dimensiones de la política, aquellas que actúan sobre el entorno (entendiendo como entorno aquellos aspectos sociales e incluso medioambientales que tienen un papel destacado). Así, los casos que tanto a nivel internacional como los identificados por cada uno de los socios se presentan a lo largo de esta Guía son de gran interés para ilustrar experiencias diversas sobre cómo funciona la creatividad en las organizaciones y para comprender cómo actuar sobre ella de forma eficiente y eficaz.

Tradicionalmente, la innovación ha sido entendida en su dimensión más tecnológica. Sin embargo elementos como el peso de los servicios en la economía y su papel en su crecimiento de las economías, los nuevos modelos competitivos, la importancia del valor añadido para el cliente y la diferenciación frente a la competencia, han provocado que la

innovación pase a entenderse en un sentido más amplio, no encuadrado ya en los límites restrictivos de la tecnología.

En este sentido, al ampliarse el concepto de la innovación, se ha hecho complicado en muchos casos diferenciar ambos términos. La creatividad está ligada a la innovación en el sentido que esta aporta la novedad de la aplicación, si bien la innovación además incluye la utilidad de su uso.

Por eso, antes de pasar a conocer las experiencias analizadas en el caso de este proyecto es preciso hacer una referencia a “qué se entiende por innovación y cuál es el marco en el que se inserta”.

La I+D no es el único método para innovar. Otras técnicas incluyen la adopción de tecnología, los cambios incrementales, la imitación, y la combinación de conocimiento existente en nuevas formas. Con la posible excepción de la adopción de tecnología, todos estos métodos requieren del esfuerzo creativo por parte de los empleados de la empresa, y en consecuencia la mejora de las capacidades innovadoras dentro de ella. Es probable que estas capacidades conduzcan a mejoras en la productividad, mejoras en los niveles de competitividad, y a productos y procesos nuevos o mejorados con gran impacto en las economías. Por estas razones, las actividades de las empresas que innovan sin desarrollar I+D son igualmente interesantes para la actuación de la política.

Finalmente, la movilidad laboral ha contribuido en gran medida al intercambio y a la combinación de experiencias diversas entre las personas, lo que unido a lo anterior, ha resultado en una mayor actividad creativa e innovadora.

La dirección es la principal fuente de apoyo y animación al desarrollo de proyectos de I+D y al fomento de prácticas creativas e innovadoras.

No existe un tratamiento diferenciado por investigador. Cada uno trabaja en una media de 2 a 3 proyectos al mismo tiempo y se prima la autonomía y las condiciones laborales frente al salario. Por ejemplo, el descubridor de un nuevo producto obtendrá una recompensa que no excederá el 10% de su salario. En este sentido, salvo en la producción, no se da una retribución adicional por el tiempo extra invertido.

Las personas con una capacidad creativa significativa tienen capacidad para negociar su salario en función de su “producción creativa”. En este sentido, un investigador puede llegar a ganar más que un director. Estas personas son animadas a participar en más de un proyecto a la vez, de forma que se produzca un enriquecimiento desde perspectivas diferentes.

Teniendo en cuenta que cada vez hay menos oportunidades de empleo (los empleos como los conocemos hoy seguirán reduciéndose y que cada vez hay más oportunidades de ser empresario), el país necesita de personas debidamente capacitadas para crear nuevas fuentes de trabajo, por lo que se debe desarrollar e impulsar, principalmente en las universidades y en las instituciones tecnológicas, la creación de nuevas organizaciones, capaces de producir riqueza económica y social.

Para ello se requiere la construcción de un modelo educativo que cambie el tradicional y actual proceso formativo, orientado al estatus del empleo de por vida por uno orientado al cambio, a la innovación, a la vida de empresario, a la creatividad y a las nuevas situaciones, lo que implica modificar radicalmente no solo los contenidos y las finalidades sino también las metodologías de todo el proceso educativo. La educación empresarial, apoyada en la implantación de la metodología del construccionismo, se vuelve una obligación y deja de ser una opción.

Afortunadamente, la importancia de fomentar el espíritu empresarial en los jóvenes y fortalecerlo con el desarrollo de incubadoras de empresas y el acceso a recursos financieros, ha sido reconocido recientemente por el nuevo gobierno al establecer la Creación de Empresas como una de las cuatro líneas temáticas de carácter estratégico para los programas y proyectos susceptibles de ser cofinanciados por la Universidad de Machala

La necesidad de comprobar cuáles son las competencias en las que los alumnos destacan o en las que no, es un requisito fundamental por la importancia que tienen éstas en el ámbito del mercado local.

Las competencias se presentan categorizadas para evaluar características de las personas, en aspectos tales como: la selección de personal, la definición de programas de formación o de desarrollo, la planificación de carreras laborales, el análisis de la

flexibilidad de las personas y otros El objetivo último es el diagnóstico y desarrollo de las personas para contribuir a la mejora de la competitividad de la organización

En tiempos de incertidumbre, la información confiable se vuelve más valiosa que nunca. La gestión de la información empresarial es un enfoque que ve a la información como un activo estratégico.

Si se la gestiona de manera apropiada, la información empresarial puede generar una ventaja competitiva. Gestionar la información de forma más eficiente ayuda a la empresa a tener los costos bajo control y a los líderes a tomar las decisiones estratégicas correctas.

La motivación para que la organización gestione la información empresarial surge de varios síntomas comunes: falta de información en el momento adecuado, demasiadas horas extra dedicadas a la generación de informes, definiciones de sistema deficientes que causan discrepancias disfuncionales, interfaces manuales entre varios sistemas dispares y múltiples sets de datos sin coordinación alguna.

No existe una solución única que ayude a todas las empresas en materia de gestión de información empresarial. El enfoque adecuado está generalmente determinado por las prácticas de manejo de la información que ya están implementadas. La disparidad es muy grande en cuanto a la manera en que las compañías manejan la información empresarial, pero los enfoques por lo general caen en estas cuatro categorías:



Una buena gestión de la información empresarial también significa usar la que ya tenemos disponible. Dispersos en toda la compañía hay individuos que tienen información clave para resolver cuestiones empresariales críticas. Sin ninguna conexión que los relacione, es posible que estos datos aporten muy poco valor, pero, combinados, pueden contribuir una visión importante y una ventaja competitiva.

Las organizaciones que tratan a la información como si fuera un activo tienen muchas más oportunidades de romper con los silos que impiden tener una visión coherente de la información.

En el pasado, la competencia comercial se centraba en el acceso a recursos escasos: capital, mano de obra, recursos o equipo. Esos días han quedado atrás. Hoy, las empresas trabajan de manera más inteligente, no es suficiente trabajar más; y, para ello, deben utilizar la información para competir. Sin la información correcta, los ejecutivos pierden tiempo debatiendo la validez de la información en lugar de actuar sobre ella. Gestionar la información efectivamente les da a los ejecutivos los elementos que necesitan, cerrando el bache entre la estrategia y su ejecución. Una mejor gestión de la información ayuda a:

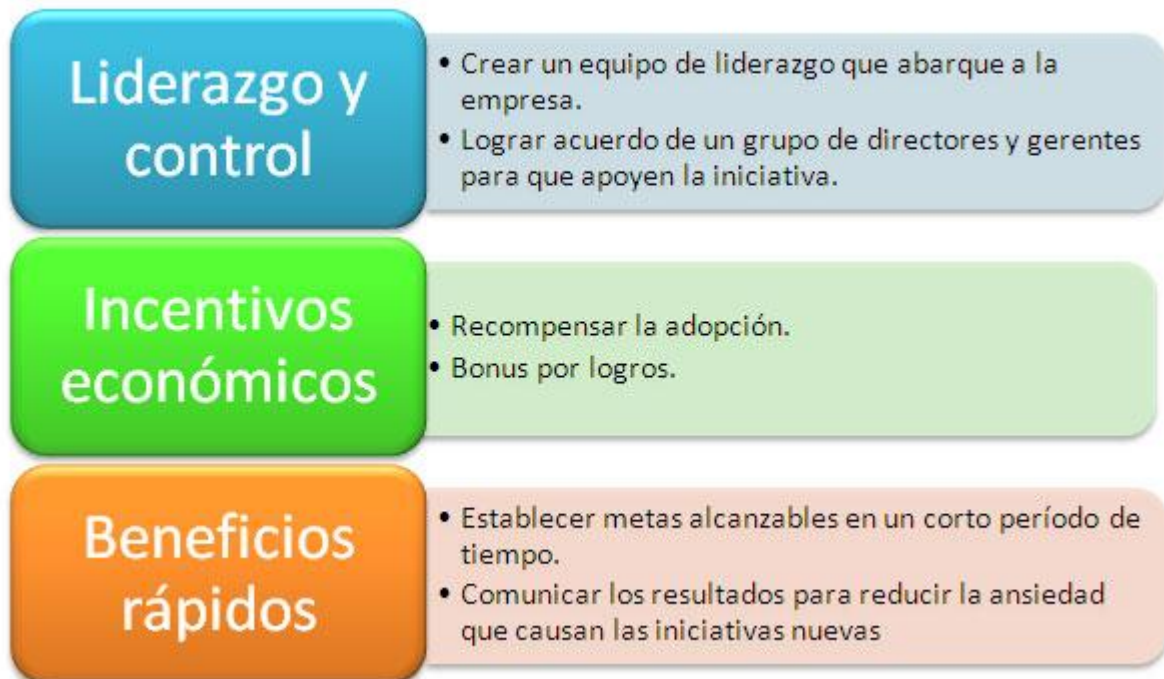
- Dar una base firme a la ejecución de las estrategias.

- Mejorar los procesos comerciales.
- Asignar recursos con mayor efectividad.

Una estrategia de gestión de información empresarial debe:

- Simplificar radicalmente el entorno de los sistemas de gestión de información, y reducir el número de herramientas TI y sistemas de información en uso,
- Destruir las capas intermedias del entorno de los sistemas de gestión de información y consolidar los datos,
- Crear definiciones estándar y armonizar los datos de manera que se proporcione una versión única de verdad,
- Hacer que la información relevante esté más accesible en los contextos y sistemas en los que se necesitan, y
- Crear una estrategia organizacional y asignar recursos para propagar e implementar el cambio.

Elementos claves para superar la resistencia



Claves para tener éxito en el desarrollo de la capacidad empresarial de los estudiantes de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de

la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

Concebir la información como un activo estratégico es simple; tratar a la información como un activo estratégico es algo completamente diferente, más difícil. Las empresas no sólo necesitan un conjunto formal de procesos para obtener el mayor valor posible de sus activos de información sino que también una forma de control efectiva para establecer las prioridades de la empresa, implementar los estándares y asegurar la coherencia entre las iniciativas de gestión de la información y los objetivos comerciales. No es suficiente tener un plan tecnológico para organizar y gestionar los activos de información; también es preciso contar con elementos y procesos de control que puedan ayudar a resolver algunos de los conflictos fundamentales que surgen de intentar gestionar la información de manera integrada y en toda la empresa.

Al hablar de educación, en nuestro modelo, por el contrario, se habla de un bien social general, como la educación básica que debe preparar para desarrollarse como persona en sociedad y procurar la igualdad de condiciones. Parece, en este sentido, mucho más coherente basarse en los cambios, dinámicas y temáticas sociales, producidos por toda la sociedad y que afectan a toda ella.

En realidad, el sesgo y la influencia que pretenden los grandes intereses económicos en la educación general se da al margen de que exista un desarrollo por competencias o no, como ya se iba evidenciando en los últimos cambios educativos. Tiene más que ver con la finalidad que se le dé a la educación: en base a unos intereses particulares o al interés general. En este sentido, es necesario pensar en si, a pesar de todo, es una vía de sentido único la que sigue el planteamiento por competencias. Existen definiciones y conceptos muy diferentes dentro de ese campo, a veces bastante confusos e, incluso, contradictorios. Esto hace pensar que se esconden finalidades muy diferentes y que es muy importante la forma en que se definan, se desarrollen y se incorporen (o no) al trabajo de los centros.

Para hacer un análisis completo habría que introducir, también, una referencia al sistema educativo del que se parte y analizar qué cambios se producirán en él desde la introducción de las competencias, para llegar a calibrar la relevancia de este planteamiento.

Desde un planteamiento general, existen una serie de peligros, a señalar, en la incorporación de competencias en los nuevos modelos educativos:

Es importante saber en qué se apoyan para su desarrollo. Dependiendo del tipo de competencias que se seleccionen, de cómo se definan (en tanto a saberes, formas de hacer, contextos y ámbitos en y para los que se ha de capacitar), cuáles se primen o cuáles ni siquiera se formulen, etc., puede que signifique romper con lo que existe pero para encaminarse hacia un sistema de refuerzo de la sociedad competitiva e individualista que hay hasta ahora. De ganar en perfección en el apoyo a los intereses que hoy dominan una sociedad injusta. Por el contrario, hacer un desarrollo curricular atendiendo a las competencias básicas de la persona podría suponer un avance en cuanto a favorecer una mayor funcionalidad de los aprendizajes, un tratamiento más integrador de los mismos y, al definirse como básicas, una forma de asegurar que toda la población las adquiriera. Si se siguiera esta vía en la práctica podría suponer posibilidades de avance para apoyar un trabajo más renovador (o al menos innovador) en las aulas. Especialmente en los institutos de secundaria permitiría una forma de ir más allá de lo específico del área.

También es necesario reflexionar sobre la eficacia de este modelo, si no se da un cambio en lo fundamental del sistema educativo y sin un replanteamiento serio de la finalidad de la educación (tal como se plantean en la ley). Esto puede dar lugar a que se hagan intentos de enseñanza con más sentido o, por el contrario, que se refuercen algunos que ahora se llevan a cabo. Sobre todo si tenemos en cuenta que esos intentos parten de tener que salirse de la normalidad (ser la excepción, como hasta ahora), al conservarse inmutable lo fundamental del sistema.

Quizá la vía sea, con todos los riesgos que podría comportar, el orientar las competencias hacia una propuesta de bien social y compartido, analizando y revisando, en todo momento, si es ése el camino que se está siguiendo.

Hablamos de orientar el modelo de aprendizaje hacia un fin:

- ▶ Crítico
- ▶ Transformador de la sociedad
- ▶ Atento a la diversidad
- ▶ Compensador de la desigualdad

- Orientado al desarrollo personal
- No supeditado al sistema económico

Las competencias deben ser una respuesta a la sociedad que existe y, también, a la sociedad que se pretende. No deben tener una finalidad intrínseca de preparación para mismo sistema educativo (no correspondería a una educación básica). En este sentido se deberían diferenciar de las competencias definidas a nivel empresarial, dedicadas a formar para el bien de la misma empresa. Las características sociales, por tanto, deberán estar presentes como generadoras del proceso y el posicionamiento ante la misma también: conservar o ir contra los privilegios que en ella existen.

El ámbito a educar es el punto de partida, y el contenido, entendido de forma global, debería supeditarse a él. Es lo que se denomina contenido aplicado, es decir, el contenido es un instrumento de aprendizaje y de desarrollo personal y social, en los distintos ámbitos de vida, actúa como mediador entre nuestro alumnado y los fines educativos, entre el alumnado y el mundo. Los contenidos nos informan sobre el mundo al tiempo que nos forman como personas individual y socialmente.

La necesidad de potenciar la Formación Profesional en el comienzo del siglo XXI no es cuestionable; responde, simplemente, a la exigencia de conseguir un personal cualificado y con suficiente capacidad de aprendizaje que proporcione trabajadores y trabajadoras a un tejido productivo escaso. De ahí, la necesidad paralela de intentar conseguir, asimismo, empresarios y empresarias con capacidades organizativas y de gestión suficientes para poder competir en el mercado laboral. Por lo tanto, tenemos dos retos: formar trabajadores y potenciar las iniciativas emprendedoras dentro de los tres subsistemas de formación y a lo largo de toda la vida laboral.

Resulta evidente que la Formación Profesional es el nexo de unión entre el sistema educativo y el mercado laboral y que el impulso al sistema de Formación Profesional repercute de forma decisiva en el desarrollo productivo de un país. No obstante, en el nuestro todavía existe la paradoja de que, aunque todos entendemos la importancia de la Formación Profesional, al mismo tiempo, reconocemos la falta de prestigio que esta opción tiene entre los jóvenes y entre los padres, una consideración negativa que impide el desarrollo correcto y sin coacciones de un sistema cohesionado, donde el ejercicio de

una profesión o de un oficio sea entendido como un trabajo de calidad para cuyo desempeño la preparación y la cualificación resultan fundamentales.

En nuestra opinión, para lograr el objetivo de que la Formación Profesional alcance el prestigio necesario, tendremos que potenciar los siguientes aspectos vinculados a los sistemas de enseñanza:

- Invertir en tecnología I+D.
- Desarrollar sistemas TIC (tecnología de la información y la comunicación)
- Crear micro-espacios de información.
- Potenciar la Formación Profesional desde los IES.
- Fomentar la integración de los tres subsistemas de formación dotándolos de espacios en común e integrándolos en los centros educativos y profesionales.

La realidad actual, en lo que se refiere a la elección del sistema de Formación Profesional como itinerario formativo, es compleja y, lamentablemente, se guía más por el criterio de eliminación que por la elección consciente y reflexiva por parte del alumno.

Para lograr que los criterios relativos a la elección de la Formación Profesional como opción formativa cambien, resulta fundamental que los Equipos de Orientación.

Profesional en los IES informen con detalle a los padres y a las madres sobre las posibilidades de integración laboral que proporciona la Formación Profesional, pues somos los docentes los primeros que debemos creer en nuestro sistema para garantizar una elección acertada de nuestros alumnos y alumnas en nuestros centros educativos.

En este sentido, otro reto fundamental consiste en romper los estereotipos vinculados a las denominadas profesiones femeninas y masculinas, ya que, aunque en los últimos años hemos podido comprobar cómo los hombres se han integrado progresivamente en profesiones consideradas hasta hace bien poco como eminentemente femeninos —caso de Sanidad o Administración de empresas—, y sin embargo, resulta un hecho constatable que las mujeres no se integran aún en profesiones tradicionalmente masculinas —mecánicos, soldadores, etcétera. Lógicamente, esta cuestión tiene mucho que ver con las tradiciones y con lo que socialmente está mal visto, o, lo que es lo mismo, con los prejuicios sexistas aún tan presentes en nuestra sociedad.

Para concluir, querría resaltar que todavía nos queda mucho por avanzar con el fin de alcanzar entre todos un reto fundamental: el de combatir el desempleo con las armas de una formación continuada de calidad, repartida a lo largo de toda la vida profesional de las trabajadoras y los trabajadores.

Caleidoscopio, revista de contenidos educativos del CEP de Jaén, núm. 2,
ISSN 1989-0281

1.2 Caracterización Gnoseológica, Pedagógica, y Didáctica del Proceso de Formación Profesional.

1.2.1 Caracterización Gnoseológica del Proceso de Formación Profesional.

González Serra (2006) plantea que la motivación humana surge como un resultado de la interacción de los procesos cognoscitivos (que son un reflejo del mundo real) y los procesos afectivos (que expresan las necesidades y cómo varían en función del mundo real).

L. I. Bozhovich (2008) define la existencia de una estructura jerárquica de motivaciones como resultado del surgimiento en el individuo de motivos dominantes con suficiente estabilidad. La autora considera que la estructura de la esfera motivacional es polifacética, pudiendo hablar de motivos dominantes que dan dirección a la personalidad en las distintas esferas de su vida, refiriendo entonces una orientación de la personalidad, cuyas metas y objetivos abarcan tanto la vida actual como futura y toda la actividad adquiere un sentido definido porque se dirige al logro de las metas centrales de su vida, las que se ubican en una perspectiva temporal más o menos distante y que el individuo considera como las cuestiones más importantes a realizar en su vida. Cuando esta dimensión de futuro no se estructura adecuadamente en la personalidad o su realización es obstaculizada por factores internos o externos, la organización y el ajuste social del individuo pueden sufrir consecuencias negativas.

González Rey (2007) introduce el concepto de Tendencias Orientadoras de la Personalidad quien no representa la jerarquía absoluta de un tipo de motivos, sino expresa las direcciones principales hacia las cuales se orienta esta. Para González en el hombre pueden coexistir diferentes motivos rectores que encarnan las motivaciones que posee. Formar las tendencias orientadoras de la personalidad propiciando la

autorrealización y la dirección consciente de la propia vida, es una tarea individual y social, por eso es importante desarrollar tendencias orientadoras que se expresen en diferentes direcciones complementarias que estructuren a su vez la actividad del hombre en diferentes direcciones.

D' Ángelo (2007) afirma que la orientación de la personalidad le da a esta una dirección definida por cada tipo de orientación. Es así que puede hablarse de la existencia de una orientación profesional formada por un complejo sistema de motivos dominantes que encarnan las aspiraciones del hombre en la esfera de la vida profesional. La orientación profesional como tendencia orientadora de la personalidad enlaza las necesidades relacionadas con la formación profesional desde la selección de la profesión hasta su ejecución, pasando por el proceso de apropiación de la misma.

Albertina Mitjáns (2007) afirma que la motivación hacia el estudio es un importante antecedente de la motivación profesional y según ella la misma puede apoyarse en motivos extrínsecos o intrínsecos a la actividad de estudio o por la combinación de ambos, Cuando los motivos orientadores de la actividad de estudio tienen un carácter extrínseco- no se vinculan a la naturaleza de esa actividad- se desarrollan estilos inadecuados en la realización de la actividad quienes pueden resultar muy dañinos, tanto para el proceso de aprendizaje como para la personalidad en general.

González Rey (2008) afirma que la presencia de intereses cognoscitivos en la actividad de estudio, que define el carácter intrínseco de su motivación desde los primeros grados, constituye un elemento muy importante de la futura motivación hacia la profesión.

Odalía Llerena (Boletín 60 Mayo 2009). El reconocimiento del estudiante como sujeto de su formación profesional. En virtud de este principio se considera que el estudiante es un ente activo en el proceso de su formación profesional, lo cual implica diseñar situaciones de aprendizaje que fomenten la iniciativa, la independencia y la responsabilidad del alumno en la realización de tareas de contenido profesional.

Yo considero importante todos los criterios pero en especial el de la Mgs. Odalía Llerena porque en su boletín nos dice que los alumnos tienen que ser un ente activo y por tanto implica diseñar situaciones de aprendizaje que fomenten la iniciativa, la independencia y la responsabilidad del alumno en la realización de tareas de contenido profesional, con ello lograremos desarrollar en el alumno su creatividad empresarial.

1.2.2 Caracterización Pedagógica del Proceso de Formación Profesional.

En el proceso pedagógico profesional, profesor, alumno e instructor se encuentran en interacción mediante los procesos de actividad y comunicación que se establecen en las diferentes situaciones problemáticas planteadas. El estudiante "...no adquiere solamente mediante su propia actividad la experiencia histórico – social, sino también en su interacción comunicativa con otras personas." (Silvestre,2009;45).

La educación ha evolucionado desde la "pedagogía de la reproducción" a la "pedagogía de la imaginación" más basada en la indagación, la búsqueda y la pregunta que con la respuesta de estar centrada en la enseñanza y el profesor a centrarse en el aprendizaje y el alumno, de atender sobre todo a los productos a considerar la importancia de los procesos. A muy grandes rasgos las principales visiones sobre la enseñanza, que han ido evolucionando de manera paralela a la evolución de las concepciones sobre el aprendizaje ofreciendo prescripciones sobre las condiciones óptimas para enseñar. Beltrán Llera, 2008

(Citado por Cabrera, 2007) cuando valora que el conocimiento de los estilos de aprendizaje como uno de los pilares fundamentales del “aprender a aprender,” constituye una de las principales vías que tendrá el estudiante para ampliar potencialmente sus formas de aprender.

Según colectivo de autores del MINED (2006) el aprendizaje desde una concepción desarrolladora "es el proceso de apropiación y aplicación por el estudiante de la cultura, bajo condiciones de orientación e interacción social. Hacer suya esa cultura, requiere de un proceso activo, reflexivo, regulado, mediante el cual aprende, de forma gradual, acerca de los objetos, procedimientos, las formas de actuar, las formas de interacción social, de pensar, del contexto histórico social en el que se desarrolla y de cuyo proceso dependerá su propio desarrollo."

"resulta pertinente entonces lograr el establecimiento de las relaciones que se dan en la unidad instrucción y desarrollo, con la categoría EDUCACIÓN; es decir aprovechar las potencialidades educativas que brinda el contenido científico – tecnológico para el fortalecimiento al trabajo político – ideológico, de formación de valores; así como al desarrollo de la cultura económica y básica general del estudiante mediante el tratamiento a los programas directores, los ejes transversales y los programas de la Revolución". Álvarez de Sayas (2007)

Yo considero fundamental los criterios del Ministerio de Educación de Cuba porque son fundamentales aplicar este criterio en la formación académica del futuro profesional y con ello fortalecer en el estudiante la creatividad empresarial.

1.2.3 Caracterización Gnoseológica y Pedagógica del Proceso de Formación Profesional.

"...caracteriza lo operacional del proceso, que concreta la relación de los sujetos en cada eslabón del mismo. A través del método se establecen las relaciones cognitivas afectivas entre los sujetos, estudiantes y profesores, así como, entre estos con los objetos y sujetos de estudio o trabajo. Proceso en el que se manifiesta la personalidad de cada uno de los sujetos, en el vínculo con los restantes sujetos y con los objetos a partir de sus motivaciones." (Fuentes,2008;41)

H. Fuentes: "Para que el estudiante aprenda es necesario que, mediante la comunicación, éste establezca determinadas relaciones y nexos afectivos con el contenido objeto de estudio. Así mismo, el estudiante tiene que comprender la estructura del contenido que sistematizará. Para que el estudiante desarrolle su proceso de sistematización del contenido requiere que este proceso se identifique con su cultura, intereses y necesidades, pero además, que el contenido sea para él comprensible y se adecue a sus posibilidades, permitiéndole apropiarse del contenido y del método como parte de éste, y en definitiva a partir de este método desarrollar su método de aprendizaje." (2008;50)

"...una conferencia que comunica un saber en su dinámica y complejidad hipotética, de permanente aproximación a la comprensión de una realidad. Su esencia radica en exponer los elementos esenciales, determinantes y diversos en su unidad; insinuando y demostrando la lógica constructiva del conocimiento, sus tendencias y regularidades, teorías significativas, problemas cardinales y dominio del saber." (Bravo,2007;171).

Según Martínez, el docente "...demuestra dónde está la solución y cómo lograr saber lo desconocido con un orden lógico tal que haya una sucesión adecuada de los conocimientos en relación directa con el propio contenido." (Martínez,2008;85).

Yo considero en estas citas la más importante la de Homero Fuentes ya que es cierto que por medio de la comunicación determinamos las relaciones y nexos de estudio con los objetos de estudio, y con ello logramos la total atención de nuestros alumnos.

1.2.4 Caracterización Gnoseológica y Didácticas del Proceso de Formación Profesional.

Aunque no excluye que el maestro realice investigaciones descriptivas y utilice métodos de diagnóstico y evaluativos en la realidad del aula, las posibilidades de que éste adopte posturas críticas, reflexivas, autónomas, realice investigaciones innovadoras se reduce al mínimo, ya que para el pensamiento tecnocrático todo ello introduce ruidos en el sistema pedagógico y enturbia la claridad, racionalidad y eficacia al proceso docente educativo (A. I. Pérez, 2008, p.220).

Según H. Fuentes, "...el profesor es uno de los sujetos del proceso, y en este sentido juega su papel explicando el contenido y guiando el proceso de apropiación de éste, pero esto lo hace desarrollando su método, con sus particularidades como sujeto y teniendo en cuenta las de los sujetos a los cuales se dirige, aunque en su método lo que está es la lógica del objeto, los métodos de esa parte de la cultura, la lógica del profesional y su previsión de la sistematización del contenido." (Fuentes,1998;51)

C. Álvarez (1996), H. Fuentes (1998) las denomina configuraciones del proceso ya que este término se ajusta con mayor precisión a la concepción del modelo presentado. En el proceso de enseñanza aprendizaje se evidencia la relación dialéctica entre las configuraciones objeto – objetivo – contenido – método y la manifestación de la personalidad de los sujetos del proceso en su interacción con otros sujetos y objetos, según sus motivaciones

Ausubel "...deben convertirse en instrumentos de indagación, de búsqueda, de análisis de la realidad objetiva, de investigación, permitiéndole a este futuro egresado establecer los nexos necesarios con su futura vida profesional."

"...el profesor no comunica a los estudiantes conocimientos acabados, sino que conduce la exposición demostrando la dinámica de formación y desarrollo de los conceptos, y plantea situaciones problemáticas que él mismo resuelve. Mediante este método el docente les enseña a los estudiantes a hallar la solución a determinado problema revelando la lógica del mismo a partir de sus contradicciones, indicando las fuentes de surgimiento del problema, argumentando cada paso en la búsqueda." (Martínez,1998; 85).

Yo considero aquí tomar todas estas citas porque cada uno nos aporta para llegar al objetivo de mejorar la creatividad empresarial de los alumnos.

1.2.5 Caracterización Didáctica del Proceso de Formación Profesional.

La formación profesional desde el puesto de trabajo se convierte en un fuerte incentivo para el desarrollo de motivos asociados a la autodeterminación profesional. A partir de lo anterior se considera que en las condiciones del modelo pedagógico con una aplicación menos presencial y más autogestionaria del conocimiento se precisa un nuevo enfoque de los principios antes mencionados (Llerena, 2007)

"una competencia es una característica subyacente que está relacionada con una actuación de éxito en el trabajo" Citada por Bolívar (2007) de la Universidad de Harvard

El autor asume el concepto planteado por CONCEPCIÓN y RODRÍGUEZ (2006) cuando enuncian que la tarea escolar "constituye el núcleo del trabajo independiente de los estudiantes. El profesor elabora la tarea, la orienta y la controla, como medio de enseñanza. El estudiante la resuelve como medio de aprendizaje. Entendemos por tarea una situación de aprendizaje que debe resolver el estudiante como medio para la apropiación de los contenidos y valores."

Según CONCEPCIÓN y RODRÍGUEZ (2008) "centra su atención en la dirección científica de la actividad práctica, cognoscitiva y valorativa de los escolares; que propicia la independencia cognoscitiva y la apropiación del contenido de enseñanza, mediante procesos de socialización y comunicación, que contribuye a la formación de un pensamiento reflexivo y creativo, que permita al estudiantes operar con la esencia, establecer los nexos, las relaciones y aplicar el contenido en la práctica social, que conlleva a la valoración personal y social de lo que se estudia y que contribuya a la formación de acciones de orientación, planificación, valoración y control, cumpliendo de esta forma funciones instructiva, educativa y desarrolladora."

Yo considero importantes todas las citas ya que cada una me aporta algo para la formación profesional del profesional.

1.3 Caracterización gnoseológica, psicológica, y didáctica de la Sistematización de los Contenidos.

1.3.1 Caracterización Gnoseológica de la Sistematización de Contenidos

Según Abreu (2006,21), es "...el proceso de educación que tiene lugar bajo las condiciones específicas de las escuelas politécnicas y la entidad productiva para la formación y superación de un trabajador competente."

Cortijo (2008,2) lo define como "...el sistema de actividades académicas, laborales e investigativas que se llevan a cabo en la institución docente y en la entidad productiva para formar la personalidad del futuro profesional."

Con el propósito de distinguir el proceso docente educativo de excelencia en la educación superior, no precisa dentro del cuerpo categorial de la didáctica los principios didácticos. A diferencia de ello plasma un conjunto de cualidades que deben caracterizarlo como son: motivado, problémico, productivo, científico – investigativo, sistémico, integrado, vinculado con el aula, a la comunidad, formar valores, convicciones y sentimientos. Álvarez de Zayas C. M. " Hacia una escuela de excelencia "; página 66; Cuba; 2007

"Enseñe todo conforme a la capacidad, que aumenta con la edad y adelanto de los estudios". J.A. Comenio en su "Didáctica Magna"

Yo me quedo con el criterio de Comenio ya que es muy cierto lo que él dice uno aumenta su capacidad, cuando aumenta su edad y sus estudios, es cierto mientras más nos preparamos y mas edad tenemos mayor capacidad de análisis poseemos, mayor criterio para tomar decisiones y es por esto que la implementación del sistema de casos es aplicable en los estudiantes del Cuarto Año de la Carrera de Economía.

1.3.2 Caracterización Psicológica de la Sistematización de Contenidos

Hay que trazarse un camino y que al conocimiento se llega no solo de manera directa y por la observación expedita, sino que también hay que tener en cuenta lo no observable, lo indirecto, lo implícito, la parte del iceberg que no se ve, e intentar encontrar una explicación (Vygotski, 2001, 2007).

Dicho desarrollo constituye un proceso dialéctico complejo, que se caracteriza por una periodicidad múltiple, por una desproporción en el desarrollo de las distintas funciones, por la metamorfosis o transformaciones cualitativas de una forma u otras, por el complicado entrecruzamiento de los procesos de evolución y de involución, por la entrelazada relación entre los factores internos y externos y por el intrincado proceso de superación de las dificultades y de la adaptación. (VYGOTSKI, 2007, p. 151)

(ARIAS, 2004). Por eso, el ser humano construyendo la cultura y sus contenidos ha permitido, en el tiempo, que otras generaciones hayan tenido la posibilidad de continuar construyendo nuevos valores y contenidos culturales y con ello se haya producido un desarrollo y formación de procesos psicológico en el ser humano son y serán, cada vez, más complejos. Lo cual se seguirá produciendo, aunque no lo alcancemos a ver.

"Todo lo que se memoriza por la fuerza, a nivel del córtex, sin haber despertado ningún eco emocional, no hace más que parasitar la memoria. El olvido entonces es signo de salud mental. "

"La observación del arte únicamente puede conducir a un autentico disfrute si hay un arte de la observación". Ruiz Espín, L (2009)

"Educar es depositar en cada hombre toda la obra humana que le ha antecedido: es hacer a cada hombre resumen del mundo viviente, hasta el día en que vive es ponerlo a nivel de su tiempo, para que flote sobre él, y no dejarlo debajo de su tiempo con lo que no podrá salir a flote; es preparar al hombre para la vida". (Álvarez de Zayas, C ,2009: 7)

Yo me voy a quedar con el criterio de Álvarez de Zayas ya que creo que es cierto que al hombre hay que prepararlo para la vida, y sobre todo a nuestros estudiantes que serán los futuros líderes de nuestro país y este mundo.

1.3.3 Caracterización Didáctica de la Sistematización de Contenidos

"la educación es la base de una vida libre y plena. Es el derecho de todos los niños y la obligación de todos los gobiernos". (UNICEF, 2009)

Dr. Horruitiner cuando expresa: "El desarrollo de la estrategia de Universalización de la Educación Superior ha sido la expresión más coherente de la política educacional cubana en relación con los estudios superiores, se inserta orgánicamente en el propósito de elevar a niveles cualitativamente superiores la cultura general integral del pueblo y desempeña un importante papel en la aspiración de que todos los hombres y mujeres del país ejerzan plenamente, sin discriminaciones de ningún tipo, todos sus derechos."

Comenio dice que "Todo se presenta a cuantos sentidos sea posible". Por lo tanto lo que enseñe bien debe enseñarle tal y como es y claro sus causas. Ahora cabe mencionar "No debemos aprenderlo, sino haberlo aprendido", es decir que todas las cosas sean siempre bien aprendidas por medio de un hábito y costumbre que nos lleve a mejorar siempre

como persona y como ser humano. Hay que inculcar buenas costumbres y el arte de formar las mismas, puede expresarse en reglas diferentes: todas las virtudes deben ser enseñadas, en primer lugar se deben enseñar las cardinales: prudencia, templanza, fortaleza y justicia.

Yo considero a la cita de Comenio como la más importante ya que en ella valoramos al ser humano para llegar a ser grandes empresarios.

1.1 Valoración de la situación actual de la Creatividad Empresarial de los estudiantes en la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

El lugar donde se va a realizar nuestra investigación es la Universidad de Machala cuya misión y visión es:

MISIÓN

La Universidad Técnica de Machala es una Institución reconocida en su área de influencia formadora de profesionales, con capacidades científico-técnicas, ética, solidaria, con identidad nacional, que aporta, creativamente, a través de la docencia, investigación, vinculación y gestión, a la solución de los problemas del desarrollo sostenible y sustentable.

VISIÓN

La Universidad Técnica de Machala para el año 2013 es una institución acreditada, lidera el desarrollo territorial, forma y perfecciona profesionales competentes, emprendedores, innovadores, críticos y humanistas.

La Universidad fue fundada el 22 de Noviembre de 1968 con las facultades de Química, Sociales, Administración y Agronomía.

La universidad se encuentra situada en el km. 5 ½ de la via Machala-Pasaje, tiene un campus de unos 30000 m²

La Universidad posea instalaciones de primer nivel actas para el aprendizaje de los alumnos, es uno de los principales generadores de hombres y mujeres de gran valor ético, moral y académico para la patria.

Actualmente la universidad cuenta con 8000 estudiantes aproximadamente cabe recalcar que desde su creación ha aumentado dos facultades, la facultad de Ciencias Medicas fundada en el 2001 al igual que la facultad de Ciencias Empresariales que reemplazo en nombre a la facultad de Ciencias Administrativas.

Mi unidad de estudio son los estudiantes del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala que son 55.

En la facultad de Economía tenemos:

	Alumnos	Profesores
Primer Año	45	8
Segundo Año	35	9
Tercer año	48	10
Cuarto año	55	9
Total	183	36

Los estudiantes del Cuarto Año de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales presentan un comportamiento en la actualidad que nos lleva a tomar la decisión de crear un sistema de casos donde al estudiante se le de la debida motivación para cuando termine su carrera universitaria piense en ser un ente productivo para la sociedad, deseos de superación personal, y deseos de emprender y superarse para ser alguien importante en nuestra sociedad.

Yo creo que la falta de creatividad empresarial no es culpa solo de los estudiantes, sino también de los profesores que han participado en su formación profesional ya que no han inculcado en el estudiante el deseo de ser una persona exitosa en la vida.

Es por esto que al realizarles la encuesta, la entrevista y la observación obtuvimos los siguientes resultados:

La observación se la realizo a los alumnos en el aula, y se pudo detectar su poca creatividad empresarial y su poco interés en su desarrollo profesional, pocos deseos de superación personal, la mayoría de alumnos no tenían establecido un rumbo de donde querían llegar en su vida profesional.

La entrevista se la realizo al Director de la Carrera con el fin de crear un programa para que los alumnos se incentiven y tengan deseos de superación personal, ya que la gran necesidad de muchos de nuestros alumnos, es que no saben a dónde van, y por eso cometen tantos errores en su vida. El opino que tenemos que hacer cambios inmediatos en este sentido ya que entonces qué sentido tiene que los alumnos sigan una carrera empresarial, sino tienen el deseo de ser un empresario en su mente.

En las encuestas nos dimos cuenta que los alumnos lo único que les importaba era graduarse y no tenían establecido un rumbo de donde quieren llegar luego de terminar sus estudios.

Los métodos estadísticos nos permitieron obtener los siguientes resultados que un 77% de nuestros estudiantes no tienen definido un rumbo de su vida un 10% piensa hacer algo, un 5% tiene deseos de superarse y un 8% tiene en su cabeza superarse profesionalmente y ser una persona exitosa al 100% en su vida profesional y personal.

Al analizar también los resultados que nos dan nuestros estudios por medio de la utilización de los métodos estadísticos, podemos deducir que los estudiantes no son culpables de su poca creatividad empresarial, sino que su formación profesional, tiene que tener un cambio, para que desde el momento en que ellos empiezan a estudiar ellos tengan un propósito marcada en su vida de ser unas personas de éxito en todo lo que realicen.

Al valorar la situación actual del problema planteado y constatar que los alumnos no poseen creatividad empresarial, es necesario implementar el sistema de casos que permita el mejoramiento de la creatividad de los alumnos.

2. DISEÑO TEÓRICO

2.1 PROBLEMA

Los estudiantes del Cuarto Año de la Carrera de economía presentan un grave conflicto en la adquisición de conocimientos empresariales, que les permitan ser unos entes productivos a la sociedad.

Poseen desconfianza en sí mismo y por tanto poca iniciativa de superación personal, por lo que también poseen falta de interés en las clases, no asisten a clases puntualmente, y no entregan sus tareas extraclase, y así nos demuestran la poca ambición de prosperar en la vida, y poder ser un aporte para la sociedad.

Poseen un desarrollo personal muy abstracto debido a todas las situaciones que poseen en su formación.

El problema que vamos a tratar de resolver es el siguiente:

¿Cómo desarrollar la creatividad empresarial de los estudiantes en la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011?

2.2 OBJETO

Proceso de Formación del Profesional

2.3 POSIBLES CAUSAS QUE ORIGINAN EL PROBLEMA

- Desconocimiento de las ventajas que nos da la carrera a nivel empresarial.
- Falta de oportunidades de prácticas empresariales
- No deseo de superación, por falta de motivación

- Desconocimiento de logros que pueden alcanzar
- No interés en la carrera
- Carencia de oportunidades de trabajo
- Temor de equivocarse en la demostración de su capacidad empresarial
- La competencia del mundo laboral

2.4 OBJETIVO

Elaborar un sistema de casos para el desarrollo de la creatividad empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

2.5 CAMPO

Sistematización de los contenidos

2.6 HIPOTESIS

Si se elabora un Sistema de Casos entonces se desarrolla la creatividad empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Sistema de Casos es lo que se llama modelo de casos de uso a la combinación de casos de uso y sus correspondientes diagramas. Los modelos de casos de uso se suelen acompañar por un glosario que describe la terminología utilizada. El glosario y el modelo de casos de uso son importantes puntos de partida para el desarrollo de los diagramas de clases.

Por último se debe tener en cuenta, que aunque cada caso de uso puede llevar a diferentes realizaciones, es importante reflejar en cada representación el motivo que nos ha llevado a descartarla, si es el caso.

VARIABLE DEPENDIENTE: los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

Estos son los indicadores de mi variable dependiente:

El contenido de estudios, las actitudes del profesorado hacia los estudiantes, la capacidad para transmitir el conocimiento, el sistema de seguimiento y evaluación, la organización, la participación, el compromiso, las implicaciones voluntarias, la colaboración, el trabajo en equipo, la formación de los estudiantes, el propiciar el desarrollo y enriquecimiento personal de cada individuo como clave del crecimiento de la organización, desarrollando liderazgo, estrategias, motivación, competencias y innovación.

2.7 TAREAS

Eta Facto Perceptible.

- Determinación de la Evolución de la Sistematización de los Contenidos en el Proceso de Formación del Profesional en su relación con la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.
- Caracterización gnoseológica, pedagógica, y didáctica del Proceso de Formación del Profesional.
- Caracterización gnoseológica, didáctica, y psicológica de la Sistematización de Contenidos.
- Valoración de la situación actual de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

Eta Facto Teórica

- Fundamentación Teórica del Sistema de Casos.
- Elaboración del Sistema de Casos.
- Elaboración de las recomendaciones metodológicas para la implementación del Sistema de Casos.

Etapa de Aplicación.

- Aplicación del Sistema de Casos.
- Corroboración del Sistema de Casos en su incidencia en el desarrollo de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Nuestra tipo de investigación es un Cuasi Experimento de Series Cronológicas y será representado así:

G1 O1 O2 O3 X O4 O5 O6

El Paradigma de Investigación aplicable en este tipo de investigación es el Socio-Crítico

El principal paradigma Psicológico para esta investigación es el Enfoque Histórico Cultural

Los estudiantes del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala del período 2010-2011, son la variable de estudio.

1.2 POBLACIÓN

La población que se tomara para el estudio serán los estudiantes del Cuarto Año de la carrera de Economía de la Universidad de Machala del período 2010-2011 y los profesores de estos respectivos alumnos, mas las autoridades de la Universidad de Machala.

Tenemos que en la carrera de Economía de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala estudian:

	Alumnos	Profesores
Primer Año	45	8
Segundo Año	35	9
Tercer año	48	10

Cuarto año	55	9
Total	183	36

El sitio donde se va a realizar la encuesta, la entrevista y la observación de los datos es en el Km 5 ½ de la Vía Machala – Pasaje en la Facultad de Ciencias Empresariales.

Los alumnos que serán parte de esta investigación son los 55 del Cuarto año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales, y los profesores guías de estos alumnos, mas las autoridades de la institución.

1.3 METODOS SISTÉMICOS.

Es el que ayudara a los estudiantes a modelar el objeto mediante la determinación de sus componentes, será el método que establezca la dinámica del proceso.

1.4 MÉTODOS TEÓRICOS.

1.4.1 METODO ANALITICO SINTETICO

➤ El Analítico Sintético para la Caracterización gnoseológica, pedagógica, y didáctica del Proceso de Formación del Profesional además de la interpretación de la información obtenida por los métodos empíricos dirigido a la valoración de la situación actual así como la Corroboración del Sistema de Casos en su incidencia en el desarrollo de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

➤ El Analítico Sintético para la Caracterización gnoseológica, didáctica, y psicológica de la Sistematización de Contenidos además de la interpretación de la información obtenida por los métodos empíricos dirigido a la valoración de la situación actual así como la Corroboración del Sistema de Casos en su incidencia en el desarrollo de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

1.4.2 METODO HIPOTETICO DEDUCTIVO

El Hipotético Deductivo durante el transcurso de toda la investigación valoración de la situación actual de las manifestaciones de la falta de creatividad empresarial hasta la deducción de conclusiones como resultado de la Corroboración del Sistema de Casos en su incidencia en el desarrollo de la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011

1.4.3 METODO HISTORICO LOGICO

1.4.4

El Histórico – Lógico para determinar la Evolución de la Sistematización de los Contenidos en el Proceso de Formación del Profesional en su relación con la Creatividad Empresarial de los estudiantes de la asignatura de “Planificación y Programación Económica” del Cuarto Año de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala durante el periodo 2010-2011.

1.5 MÉTODOS EMPÍRICOS

1.5.1 OBSERVACION

La observación que se realizó a los alumnos fue directa, ya que en su comportamiento diario de cada clase nos demostraron su poco interés en superarse en su desarrollo como profesionales.

1.5.2 ENTREVISTA

La entrevista se la realizó al Director de la Carrera con un sistema de preguntas que nos determinen que proceso debemos entablar para crear en los estudiantes la creatividad empresarial.

1.5.3 ENCUESTA

La encuesta se realizó con preguntas directas e indirectas para comprobar que los estudiantes no poseen creatividad empresarial.

1.6 MÉTODOS ESTADÍSTICOS

El método estadístico para analizar los resultados fue el método porcentual.

II. RESULTADOS ESPERADOS

1. PROYECCION RESULTADOS

Esperamos obtener en los alumnos mayor visión del mundo exterior y mayores deseos de éxito profesional en su vida.

Con el cumplimiento de las estrategias de desarrollo de la capacidad empresarial, lograremos que el futuro de cada uno de nuestros alumnos, tengan una visión diferente y posean objetivos muchos más definidos.

Yo pienso que los resultados que esperamos obtener en los alumnos con la elaboración de un sistema de casos, para el perfeccionamiento de sus capacidades empresariales, va a lograr en nuestros alumnos mejorar su autoestima y su manera de ver la vida, con una visión mucha más ambiciosa, y con deseos de superación total.

Pienso que la situación problemática planteada será, en gran parte satisfecha, y el desarrollo de nuestros alumnos se dará, y esto beneficiará a las futuras generaciones de Economistas y el resto de alumnos de la Universidad de Machala.

2. POSIBILIDADES DE APLICACIÓN DE RESULTADOS EN LA PRACTICA SOCIAL

En la práctica social, los alumnos al mejorar su creatividad empresarial podrán desempeñarse de mejor manera en las labores a las que estén expuestos, y sus deseos de superación personal, llevarán a que no solo el beneficio sea para la empresa sino para todos los entes que somos parte de la sociedad.

3. ORGANISMO INTRODUTOR

Yo creo que la Universidad de Machala, el departamento de planificación debe financiar los costos de la aplicación del sistema de casos, ya que si este es positivo, beneficiará a todo el alumnado universitario, y a toda la sociedad, no solo Machaleña, sino Ecuatoriana y Mundial.

Ya que si este sistema permite que nuestros alumnos generen su propia fuente de trabajo, esto les ayudará solucionar, muchos problemas a la gran mayoría de estudiantes de nuestra universidad.

III. PRESUPUESTO

#	RECURSOS	VALOR
1	Papel	7,2
2	Cuaderno	3
3	Carpeta	1,4
4	Copias	10
5	Esferos	2
6	Internet	30
7	Movilización	20
8	Impresión Blanco Negro	10
9	Impresión Color	20
10	Empastado del Trabajo	15
11	Anillado del Trabajo	2
12	Luz	8
13	Telefono	20
14	Imprevistos	10
	Total Presupuesto de Investigación	158,6

IV. SECCIÓN DE REFERENCIA

1. CITAS

- J.A. Comenio en su "Didáctica Magna"
- Antonio Gramsci
- Aguirre, (2007:13).
- M.L.y Aguirre, (2006)
- La Doctora, Gladis Valdivia
- Beltrán Llera, 2008
- Álvarez de Zayas C. M. " Hacia una escuela de excelencia "; página 66; Cuba; 2007
- Labarrere 2006
- L. Zankov 2007
- Vigotsky, 2008:11
- Odalía Llerena Boletín 60 Mayo 2009
- Rodríguez N. (2008)
- Citada por Bolívar (2007) de la Universidad de Harvard
- Laurencio L. A. y otros (2006)
- Planteamiento de Vygotski (Pérez de P. y López M., 2008)
- Ronda Pupo G, Marcané Laserra J. De la estrategia a la dirección estratégica. Modelo de dirección estratégica integrada. Acercamiento a la complementación de los niveles estratégico, táctico y operativo. Segunda parte. Ciencias de la Información. 2008;35(1):3-21.
- González Fernández L. Gestión del conocimiento y gestión de recursos humanos: una convergencia necesaria. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. 2006;18(2-3):177-213
- Hoskisson RE, Hitt MA, Wan WP, Yin D. The theory and research in strategic management: swing of a pendulum. Journal of Management. 2009;25(3):417-56
- Bowman EH, Singh H, Thomas H. The domain of strategic management history and evolution. En: Pettigrew A, Thomas H, Whittington R (eds.). Handbook of strategy and management. Londres: Sage. 2008. pp. 31-51.

- Stewart TA. Brainpower: How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset. *Fortune*. 2006; 3:44-60.
- Burt RS. The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*. 2007;41(2):339-65.
- Bradley K. Intellectual capital and the new wealth of nations. *Business Strategy Review*. 2007;8(1):53-62.
- Fuentelsaz L, Polo Y, Maicas JP. Economía digital y estrategia empresarial: Un análisis desde la dirección estratégica. *Revista de Empresa*. 2008;5:54-69.
- Ordóñez de Pablos P. Evidence of intellectual capital measurement from Asia, Europe and the Middle East. *Journal of Intellectual Capital*. 2007;3(3):287-302.
- Ross JG, Roos N, Dragonetti C, Edvinsson L. Capital intelectual. El valor intangible de la empresa. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica. 2005. pp.33.
- Bhatt GD. Management strategies for individual knowledge and organizational knowledge. *Journal of Knowledge Management*. 2006;6(1):31-9.

2. BIBLIOGRAFÍA

- Carmenate Fuentes, L (2010), Compendio de Temas sobre Metodología de la Investigación.
- Acuña Soto, C.(2004): La enseñanza de la educación y la demostración en la Geometría del bachillerato. Tesis doctoral. ICCP, La Habana.
- Albelo Robles, Elliot. (1995): Preguntas abiertas: una alternativa para evaluar. Proyecto CIEM: Puerto Rico.
- Ann Arbor Public School. (2005): Alternative Assessment. Evaluating student performance in elementary mathematic. Dale Seymour Publications, USA.
- Aprender a enseñar Matemática. (2000): Una experiencia en la formación de profesores de primaria. En: Epsilon. Vol 10. No 30, Cádiz, España.
- Bertoglia R.(2007): Psicología del aprendizaje. Universidad de Antofagasta. Chile.
- Brenes, V. (1995): Visualización geométrica de algunos conceptos. Universidad Nacional Heredia. Costa Rica.

- Castro Kicuchi, Luís (2005) "Diccionario de Ciencias de la Educación" CEGURO-Lima
- Calas, M. P - L. Buendía. (1997): Investigación Educativa. Colección Ciencias de la Educación. Ediciones Alfar (2^{da} edición), Sevilla.
- Campistrous P, L. (1993): Lógica y procedimientos lógicos del aprendizaje. Centro de Información y Documentación del ICCP, La Habana.
- Colectivo de Autores. (2007) Tendencias Pedagógicas Contemporáneas. Habana.
- Chacón Arteaga, Nancy. (2006) Moralidad histórica, valores y juventud.. La Habana.
- García Galló, Gaspar Jorge. (1999) Martí demócrata revolucionario. La Habana.
- CIDECE. Gestión del conocimiento y capital intelectual. Cuadernos de Trabajo. 2000(31). Disponible en: <http://www.cidec.net/article/archive/19/> [Consultado: 10 octubre de 2006].
- Serradel López E, Pérez AA. La gestión del conocimiento en la nueva economía. Disponible en: <http://www.uoc.edu/dt/20133/index.html> [Consultado: 23 de septiembre de 2006].
- Itami H. Mobilizing Invisible Assels. Cambridge: Harvard University Press. 1987.
- Kaplan RS, Norton DP. El Cuadro de Mando Integral. Barcelona: Ediciones Gestión. 2000.
- López Viñeqlá A, Hernández Gasset M. Un sistema integrado no es suficiente: SIGER. 2004. <http://www.estrategikaonline.com.ar/articulos/siger.PDF> [Consultado: 12 de mayo de 2006].
- Aquilino N. El "tablero de comando" como herramienta de gestión y seguimiento (parte I). Disponible en: <http://www.sfcaltagerencia.com/modules/news/article.php?storyid=8> [Consultado: 17 de septiembre de 2006].
- Zerilli A. Fundamentos de organización y dirección general. Bilbao: Deusto. 1985.

- Grandío Botella A. Empresa, mercado y necesidades: una síntesis en ciencias sociales. 1996. Disponible en: <http://www3.uji.es/~agrandio/tesis/Te0.htm> [Consultado: 10 de agosto de 2006].
- Hax A, Majluf N. Estrategias para el liderazgo competitivo. Buenos Aires: Granica. 1997.
- Ronda Pupo GA. De la estrategia a la dirección estratégica. 2002. Disponible en: <http://www.5campus.com/leccion/ede> [Consultado: 19 de agosto de 2006].
- Porter ME. Estrategia competitiva. México DF: CECSA. 1987.
- Andrews KR. The concept of corporate strategy. Homewood: R.D. Irwin. 1980.
- Bueno Campos E. Fundamentos teóricos de la dirección estratégica. En: Fundamentos teóricos de la dirección estratégica. 1993. Disponible en: http://www.uv.es/rseapv/Anales/93_94/A_Fundamentos_teoricos_de_la_direccion.pdf [Consultado: 12 de septiembre de 2006].
- Renau Piqueras JJ. Fundamentos teóricos de la dirección estratégica: Un análisis de su evolución. En: Fundamentos teóricos de la dirección estratégica. 1993. Disponible en: http://www.uv.es/rseapv/Anales/93_94/A_Fundamentos_teoricos_de_la_direccion.pdf [Consultado: 12 de septiembre de 2006].
- Menguzzato M, Renau JJ. La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management. Barcelona: Ariel. 1995.
- Bartoli A, Hermel P. Le développement de l'entreprise. París: Económica. 1989.
- Ventura Victoria J. Análisis dinámico de la estrategia empresarial: un ensayo interdisciplinar. Oviedo: Universidad de Oviedo. 1996.
- Porter ME. Competitive Strategy, Techniques for Analysing Industries and Competitors. New YorkC: Free Press. 1980.
- Porter ME. Competitive advantage. Nueva York: Free Press. 1985.
- Nogueira Rivera D. El cuadro de mando integral para la toma de decisiones efectiva y proactiva. Caso GET Varadero. Disponible en: <http://www.5campus.com/leccion/cmiget> [Consultado: 29 de mayo de 2006].

- González Hernández G, Soler González RH, Valera Lorenzo P, Claro Sánchez SC, Herrera Marrero RH. El Cuadro de Mando Integral en la Gerencia SEPSA Cienfuegos. 2003.
- Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional., La gestión por resultados de la ACIDI, Guía de introducción a los conceptos y principios, Canadá, 1999.
- Agudo, M., Información: Una nueva propuesta conceptual; En ciencias de la Información, Vol. 27, No. 4, pp 190-197, 1996.
- Albornoz M., Impacto social de la ciencia y la tecnología: Conceptualización y estrategias para su medición, Descripción técnica del proyecto, Documento de trabajo, 1999.
- Albornoz M., Indicadores y Política de Ciencia y Tecnología, IV Taller Iberoamericano e Interamericano de Indicadores de Ciencia y Tecnología, México, 1999.
- Albornoz M., Política Científica y Tecnológica. Una visión desde América Latina, Revista CTS, 2000, en <http://www.campus-oei.org/revistactsi/numero1/albornoz.htm> , consultado el 5-enero-2000.
- Albornoz M El estado de la ciencia. Principales Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericanos/Interamericanos, 2001, en [http:// www.ricyt.org](http://www.ricyt.org) , consultado el 23-junio-2003.
- Albornoz M y Fernández, P., Indicadores de ciencia y tecnología, Reencuentro de la política con la gestión, Grupo REDES, 1997, <http://www.venezuelainnovadora/proy>, consultado el 7 -marzo- 2005
- Álvarez, C., Sobre las regularidades que se presentan en el proceso de enseñanza de la Educación Superior, MES, La Habana, 1984.
- Álvarez, C., Fundamentos teóricos de la dirección del proceso de enseñanza aprendizaje, 1989.
- Álvarez, C., Epistemología, Monografía, CeeS “Manuel F Gran”, Santiago de Cuba, 1995. Álvarez, C., Para una escuela de excelencia, Editorial Academia, La Habana, 1996.

- Álvarez, C., La escuela en la vida, Didáctica, 3ra Edición, La Habana, Pueblo y Educación, 1999.
- Álvarez, N y Marales, V El futuro de la educación de posgrado: Los sistemas nacionales de educación avanzada, Investigación y Posgrado, Caracas, Venezuela, Vol II, No. 2., p 15, 1996.
- Añorga, J y col., Hacia la teoría de la educación avanzada. Centro de Estudios de Educación Avanzada (CENECEDA), Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona", La Habana, 1999.
- Antillón, R., ¿Cómo entendemos la sistematización desde una Concepción metodológica Dialéctica? Documento para discusión, IMDEC ALFORJA, Guadalajara, México, 1991.
- Archibus, D y Coco, A., A new indicator of technological capabilities for developing countries (ArCo), Conferencia Internacional sobre sistemas de innovación y estrategias de desarrollo para el tercer milenio, 2003.
- Armenteros, M y Chassagnon, O., Medición de la actividad científica y tecnológica: aproximación para la evaluación de los centros de I+D, Tecnología y Sociedad, Editorial "Félix Varela", La Habana, 1999.
- Armenteros, M y Chassagnon, O., OCDE Frascati Manual, Proposed Standard for Surveys of Research and Experimental Development and OCDE Oslo Manual, Proposed Guidelines Collecting and Interpreting Technological Innovation, París, 1999.
- Arnal, J y col., Investigación Educativa, Fundamentos y Metodología, Editorial Labor, Barcelona, España, 1992.
- Ausubel, D y col., Psicología educativa, un punto de vista cognoscitivo, Ed. Trillas, México, 1983.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2003): Secretaría general de educación y Formación Profesional, Bases para la elaboración del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2001): Consejo General de Formación Profesional. Instituto Nacional de las Cualificaciones, Colección de Informes: “Guía de la Formación de Profesionales en España”.
- (2003): Consejo General de Formación Profesional. Instituto Nacional de las Cualificaciones, Colección de Informes: “Sistemas Nacionales de Cualificaciones y Formación Profesional”
- ADAMS, R (2006) “• Innovation measurement: a review.” International Journal of Management Reviews, 8.
- DRUCKER, P. (2000) “Creatividad e innovación”. Harvard Business Review. Ediciones Deusto.
- EUROPEAN COMMISSION (1996) “Innovation Management Tools- A review of Selected methodologies (MINT), EIMS publication n. 30.
- FLORIDA, R. (2002) “• The rise of the creative class”. Basic Books
- FLORIDA, R. (2005) “The Flight of the Creative Class”. HarperCollins Publishers
- UNSWORTH et al. (2005) “Creative requirement: A neglected construct in the study of employee creativity?” Group & Organization Management, Vol. 30, n. 5

3. ANEXOS

Encuesta realizada para analizar la creatividad de los estudiantes del Cuarto Año de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Machala:

a. ¿Cuáles son sus expectativas en su desarrollo profesional?

A) Ser un gran empresario _____

B) Tener su propio negocio _____

C) Trabajar para otra persona _____

D) No tiene expectativas _____

b. ¿Se cree capaz de salir de la Universidad y triunfar como profesional?

Si _____ No _____

c. ¿Qué pretende ser en esta sociedad?

i. Un ente productivo _____

ii. No tiene metas _____

d. ¿Cuáles son sus metas de aquí al corto plazo?

e. ¿Crees que tu formación te permitirá tener ventajas al momento de desempeñar algún cargo en alguna compañía?

Si _____ No _____ Tal vez _____

f. ¿Qué habilidades de las siguientes usted posee?

Comunicación _____

Reflexión _____

Comprensión _____

g. ¿Cuál es la razón por la que usted escogió esta carrera?

h. Escriba 4 soluciones que usted daría si su empresa estuviera en crisis, y usted fuera el Gerente General

i. Usted un futuro profesional, si tuviera que escoger, de las 4 siguientes alternativas cual escogería para su vida:

- i. Vivir de lo que salga
 - ii. Ponerse su propio negocio
 - iii. Aprender en algún trabajo, y crecer para ser en el futuro el dueño de este negocio
 - iv. No tiene ni idea de lo que piensa hacer en su vida.
- j. El día de hoy cree usted estar en la capacidad de dirigir un negocio:

Si _____

No _____

AUTOR: Econ. Guillermo Ochoa Hidalgo.